

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring berkembangnya arus komunikasi dan teknologi yang semakin modern, banyak memunculkan beberapa peluang baru, salah satunya adalah media online yang banyak digemari oleh masyarakat. Melalui data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dikutip oleh Okezone.com menunjukkan kenaikan jumlah pengguna internet di Indonesia. Dalam 15 tahun terakhir (2002 – 2017) terjadi kenaikan pengakses internet dari 4,5 juta menjadi 145 juta. Menariknya dari kebiasaan itu merujuk data APJII 2016 menunjukkan banyak masyarakat mengakses internet yang tertinggi ternyata bukan akses media massa atau berita, melainkan media sosial dan mencari hiburan. Oleh karena fenomena ini, peluang untuk menciptakan bisnis pada suatu media menjadi sangat luas dan sekaligus menantang. Sehubungan dengan berbagai perusahaan media yang ingin tetap bersaing dengan media lainnya, maka perlu membutuhkan *public relations* dalam mencapai visi dan misi perusahaan tersebut.

Persaingan perusahaan media saat ini, terlihat dari kekreatifan sebuah media dalam menciptakan program-program komunikasi yang unik, berpengaruh, dan relevan untuk audiens di zaman ini. Seperti Liputan6.com yang sudah dikenal banyak masyarakat sebagai media yang menyalurkan beragam berita. Dikutip dari artikel Liputan6.com yang berjudul “Liputan6.com Raih Penghargaan The Best Creative Public Relations”, sebagai salah satu media yang sudah berubah ke media *online* berhasil memenangkan PR of The Year pada tahun 2017.

Selain itu *public relations* juga dijalankan oleh Transmedia Corporation, yang merupakan salah satu firma *public relations* multi-bahasa terkemuka dikutip dari *About us* Transmedia mengungkapkan bahwa *public relations* dalam arti sebenarnya adalah

tentang koneksi manusia dan seni untuk menguasai koneksi manusia pada level yang dalam melalui kekuatan *storytelling*. Pedoman yang dipegang oleh Transmedia untuk menguasai fungsi dari *public relations* membuahkan hasil dengan memenangkan PR of The Year 2018 yang digelar oleh Majalah Mix Marcom. Pengelolaan media yang bersangkutan dengan *public relations* digunakan dengan inovatif dengan merancang aplikasi yang memudahkan para audiens mengakses beragam berita di dalamnya (Iswari Inggit, 2018). Keterkaitan ini menunjukkan bahwa sebagai sebuah perusahaan media, ternyata juga membutuhkan sebuah divisi *public relations* yang akan menggunakan fungsi-fungsinya untuk menjaga dan membuat hubungan yang baik dengan publik, sehingga kedepannya selama menjalin hubungan yang baik tersebut media juga bisa mendapatkan *engagement*.

Suatu kegiatan *public relations*, di zaman sekarang sudah banyak digunakan oleh berbagai perusahaan, dan tidak terkecuali dengan media. Sebuah media dikenal juga sebagai perusahaan yang di dalamnya membutuhkan *public relations*, untuk merencanakan komunikasi yang efektif. Selain itu, berbagai macam aktivitas *public relations* dalam media, perlu untuk mengkomunikasikan pesan kepada targetnya, dan memerlukan *public relations tools*, yang berfungsi untuk mempromosikan media, melakukan *branding*, dan memasarkan konten media yang sesuai dengan targetnya.

Sebagai salah satu mahasiswi ilmu komunikasi, yang harus melakukan kerja lapangan atau magang di suatu perusahaan, dan ingin bisa mengetahui apa saja aktivitas *public relations*. Perusahaan yang menerima saya untuk melaksanakan kerja magang ini adalah Grid Network, yaitu sebuah perusahaan media yang dulunya dikenal dengan Gramedia Majalah yang bertransformasi menjadi media digital. Media-media digital yang ada pada Grid Network, bergabung bersama untuk memenuhi tujuan perusahaan dengan karakteristik masing-masing. Serta menyalurkan suatu pesan dan memasarkan media dalam bentuk kerjasama atau *event*.

Sebuah media yaitu perusahaan, juga memerlukan adanya aktivitas *public relations*, yang berfungsi untuk mengembangkan dan menerapkan strategi komunikasi yang efektif berdasarkan *target audience* serta membangun hubungan yang baik dengan *stakeholders*. Menurut Wilcox (2014: 34) *Public relations* adalah sebuah proses komunikasi strategis yang membangun hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publik. Pengertian *public relations* ini yang kemudian digunakan dan diterapkan pada perusahaan media untuk mencapai suatu tujuannya.

Kegiatan-kegiatan dan perencanaan *public relations* yang digunakan oleh Grid Network akan dipaparkan dalam laporan kerja magang ini. Berbagai macam aktivitas *public relations* yang dilakukan oleh Grid Network, yaitu memberikan sarana untuk pelanggan menyampaikan pesannya dalam bentuk iklan ataupun melalui acara, melakukan kerjasama dengan berbagai organisasi sesuai dengan keuntungan masing-masing pihak, melakukan *branding* media ke beberapa acara-acara yang mempunyai target yang sesuai, meningkatkan kesadaran media kepada target sasaran dengan melakukan *digital activity*, melakukan kerjasama dengan *media visit* bagi konsumen yang ingin mempromosikan *brand* atau film, mengembangkan & menerapkan strategi komunikasi yang efektif berdasarkan target audiens, membangun & memelihara hubungan dengan media, serta menganalisis umpan balik audiens untuk meningkatkan strategi komunikasi.

Bersama dengan pembimbing lapangan dan teman-teman di Grid Network, saya dapat melaksanakan aktivitas dari sebuah perencanaan dengan menggunakan *public relations tools* yang lebih kreatif dengan berbagai macam ide, untuk terus mencapai suatu tujuan. Perencanaan dan pemilihan beragam fungsi-fungsi *public relations* dilakukan tidak hanya berdasarkan kepentingan pemasaran saja, namun dipilih karena dapat mengembangkan strategi komunikasi yang efektif. Aktivitas *public relations* yang sudah saya dapatkan dari kerja magang di Grid Network ini, akan dituangkan dalam bentuk laporan kerja magang yang harus ditulis sebagai salah satu syarat kelulusan dan untuk memenuhi penilaian di akhir semester ini.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Kerja magang ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan atau pengetahuan tentang aktivitas *public relations* di Grid Network terkait *media relations*, *public relations writing*, *social media management*, dan *event planning*.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Kerja magang ini dilaksanakan dari tanggal 12 September 2019 sampai dengan 13 Desember 2019 sesuai dengan surat penerimaan yang dikeluarkan oleh HR Grid Network. Proses kerja magang ini berlangsung selama lebih dari 3 (tiga) bulan dan dijalankan sesuai dengan peraturan dari Universitas Multimedia Nusantara dan Standar Operasional Perusahaan (SOP) Grid Network. Penulis mendapatkan jabatan pegawai kerja magang yang didampingi oleh pembimbing lapangan yang sudah ditunjuk oleh Grid Network untuk memperkenalkan, memberikan ilmu, dan mengawasi kerja magang secara berlangsung.